

## 1. Disposiciones generales

### CONSEJERÍA DE LA PRESIDENCIA, ADMINISTRACIÓN LOCAL Y MEMORIA DEMOCRÁTICA

*Decreto 96/2017, de 27 de junio, por el que se regula la coordinación de la estrategia de imagen institucional de la Administración de la Junta de Andalucía.*

La Comunidad Autónoma de Andalucía, de conformidad con el artículo 70 de su Estatuto de Autonomía, aprobada su reforma mediante Ley Orgánica 2/2007, de 19 de marzo, asume la competencia exclusiva sobre la publicidad en general y sobre la publicidad institucional sin perjuicio de la legislación del Estado.

En este sentido, la Ley 6/2005, de 8 de abril, Reguladora de la Actividad Publicitaria de las Administraciones Públicas de Andalucía, establece los principios generales por los que debe regirse la actividad que se lleve a cabo a través de los contratos de publicidad, difusión publicitaria, creación publicitaria y patrocinio previstos en el Título III de la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad. Por ello, toda acción de comunicación institucional debe ajustarse a la misma.

El Decreto 204/2015, de 14 de septiembre, por el que se establece la estructura orgánica de la Consejería de la Presidencia y Administración Local, atribuye a ésta la competencia de coordinación de las políticas de comunicación para la presencia institucional de la Junta de Andalucía. En concreto, corresponden a la Dirección General de Comunicación Social las competencias de dirección, planificación y desarrollo de la comunicación de su acción institucional en cualquier medio, soporte o canal de comunicación, así como la elaboración de las correspondientes normas y directrices de aplicación. Asimismo, atribuye a dicho centro directivo la dirección de la estrategia de imagen institucional, y la coordinación y seguimiento para el correcto uso y aplicación de la identidad corporativa, además de la asistencia y asesoramiento en materias de su competencia a las distintas Consejerías y entidades instrumentales.

Hasta el momento, el desarrollo de la coordinación de la comunicación corporativa de la Administración de la Junta de Andalucía estaba regulado por el Decreto 461/2004, de 27 de julio. Dicha norma planteaba la necesidad de una estrategia y línea de comunicación integral que permitiese proyectar una serie de identificadores y atributos propiciando una imagen coherente de la Administración andaluza. Además, configuraba la coordinación como instrumento imprescindible para lograr la eficacia en las acciones de comunicación, referida tanto a las actividades de publicidad institucional como al desarrollo de proyectos de identidad corporativa. A ello hay que añadir que determinados contenidos de la normativa en esta última materia han debido de ser actualizados a lo largo de los últimos años para mayor coherencia de la estrategia de imagen institucional.

Por otra parte, tras la regulación de los gastos en información, divulgación y publicidad recogida en artículos de sucesivas Leyes de Presupuestos y Resoluciones de la Dirección General de Comunicación Social que los desarrollan, se hace necesario recoger, por un lado, la misma en una norma con vocación de permanencia y, por otro, su adecuación a la estrategia global de comunicación de la Administración de la Junta de Andalucía en cuanto a identidad corporativa, uso de lenguaje e imágenes no sexistas y accesibilidad a la comunicación institucional.

En este sentido, el artículo 33 de la Ley 1/2015, de 21 de diciembre, del Presupuesto de la Comunidad Autónoma de Andalucía para el año 2016, cuya vigencia indefinida se determina en disposición final décima, establece que los gastos de información,

divulgación y publicidad que realicen los órganos administrativos, entidades instrumentales y consorcios a que se refiere el artículo 5 del texto refundido de la Ley General de la Hacienda Pública de la Junta de Andalucía, requerirán el informe previo y vinculante de la Consejería competente en materia de comunicación institucional, conforme a los modelos homogéneos y procesos simplificados que se establezcan. Además, dispone que la adecuación a la estrategia global de comunicación se acreditará con un informe de la Consejería competente en materia de comunicación institucional.

Mediante el Decreto 35/1991, de 12 de febrero, sobre coordinación de la información y divulgación de la comunicación institucional, se creó una Comisión Interdepartamental, adscrita a la Consejería de la Presidencia, con el objetivo de articular los mecanismos que permitiesen una eficaz coordinación de la información y divulgación de la comunicación institucional de la Administración de la Junta de Andalucía.

Establecer las medidas y directrices para que esta información reuniese criterios generales de identidad corporativa, coordinación, transparencia, eficacia y rentabilidad, y garantizar el derecho de la ciudadanía a recibir la información y la obligación de la Administración de suministrarla, posibilitando, al mismo tiempo, la mejor utilización de medios y recursos públicos, se encontraban entre sus principios.

Tras la experiencia acumulada en la aplicación del Decreto 35/1991, resulta conveniente sustituir la Comisión prevista en dicha norma por la nueva Comisión Interdepartamental de Comunicación y Publicidad Institucional. Ésta se configura como un órgano colaborador en la planificación, asesoramiento, evaluación, coordinación y seguimiento de las actividades de publicidad y de comunicación de la Administración de la Junta de Andalucía y de sus entidades instrumentales. Entre sus funciones se encuentran informar los proyectos de normas generales que afecten a la publicidad y comunicación institucional, como participar en la elaboración de la Estrategia Anual de Comunicación Institucional y su informe de evaluación.

Así, se unifica toda la materia antes citada en una norma que atienda la coordinación de las políticas de comunicación para la presencia institucional de la Administración de la Junta de Andalucía y la coordinación y seguimiento para el correcto uso y aplicación de la identidad corporativa, reflejada esta última en el correspondiente Manual de Diseño Gráfico, el cual comprende tanto el Manual de Identidad Corporativa como el Manual de Señalización Corporativa.

Por último, se procede a regular el procedimiento de elaboración de la Estrategia Anual de Comunicación Institucional de la Administración de la Junta de Andalucía y sus entidades instrumentales. La misma se configura como un documento de trabajo que sirve para asegurar la eficiencia de las campañas que se ejecuten durante el correspondiente ejercicio. Dicho instrumento junto con su informe de evaluación anual se constituyen como herramientas para mejorar la necesaria coordinación y seguimiento de las acciones de comunicación, planificar de forma adecuada y coherente la ejecución de las mismas y, en definitiva, rentabilizar los recursos disponibles en la difusión de los mensajes que debe trasladar la Administración a la ciudadanía.

En su virtud, de conformidad con lo dispuesto en los artículos 27.9 y 44.1 de la Ley 6/2006, de 24 de octubre, del Gobierno de la Comunidad Autónoma de Andalucía, y al artículo 31.4 de la Ley 9/2007, de 22 de octubre, de la Administración de la Junta de Andalucía, a propuesta del Vicepresidente y Consejero de la Presidencia, Administración Local y Memoria Democrática, de acuerdo con el Consejo Consultivo de Andalucía, y previa deliberación del Consejo de Gobierno en su reunión del día 27 de junio de 2017,

**DISPONGO****CAPÍTULO I****DISPOSICIONES GENERALES****Artículo 1. Objeto.**

Es objeto del presente Decreto establecer los mecanismos necesarios para regular la coordinación de la estrategia de imagen institucional de la Administración de la Junta de Andalucía, en cuanto a identidad corporativa y comunicación institucional.

**Artículo 2. Ámbito objetivo.**

1. Se consideran acciones de comunicación institucional todas aquellas actividades de publicidad institucional comprendidas en el artículo 3 de la Ley 6/2005, de 8 de abril, reguladora de la Actividad Publicitaria de las Administraciones Públicas de Andalucía, así como las relacionadas con la identidad corporativa de la Administración de la Junta de Andalucía.

2. Queda excluida del ámbito de aplicación de este Decreto la publicidad normativa y otros anuncios de actos que deban publicarse legalmente, de acuerdo con el artículo 2.2 de la citada Ley 6/2005, de 8 de abril.

3. Queda incluida en el ámbito de aplicación de este Decreto la coordinación de acciones de comunicación y la debida adecuación de la identificación corporativa de la Administración de la Junta de Andalucía de las páginas, perfiles y canales en redes sociales y páginas y sitios web de todas las entidades relacionadas en el artículo 3.

4. Este Decreto será de aplicación a las acciones de comunicación institucional incluidas en el artículo 6.2 de la Ley 6/2005, de 8 de abril, que coincidan o puedan coincidir con el período comprendido entre el día de la publicación de cualquier convocatoria electoral con incidencia en el territorio de la Comunidad Autónoma de Andalucía y el día de la votación, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 6.1 de la citada Ley.

**Artículo 3. Ámbito subjetivo.**

Este Decreto resulta de aplicación a los siguientes órganos y entidades:

- a) Las Consejerías.
- b) Las agencias administrativas, las agencias públicas empresariales y las agencias de régimen especial.
- c) Las sociedades mercantiles del sector público andaluz.
- d) Las fundaciones del sector público andaluz.
- e) Los consorcios del artículo 12.3 de la Ley 9/2007, de 22 de octubre, de la Administración de la Junta de Andalucía.

**CAPÍTULO II****DE LA IDENTIDAD CORPORATIVA DE LA ADMINISTRACIÓN DE LA JUNTA DE ANDALUCÍA**

**Artículo 4. Manual de Diseño Gráfico de la identidad corporativa de la Administración de la Junta de Andalucía.**

1. El Manual de Diseño Gráfico recoge las normas y características de reproducción que deberán tenerse en cuenta para la adecuada identificación de los órganos y entidades incluidas en el artículo 3 de este Decreto, ya sea en comunicación, publicaciones, papelería o señalización, con la finalidad de que las distintas aplicaciones de los elementos básicos

de identidad corporativa se realicen de una forma eficaz y homogénea en su utilización por el Gobierno, la Administración de la Junta de Andalucía y la Administración Institucional.

2. A fin de facilitar su conocimiento y correcta aplicación, dicho Manual de Diseño Gráfico y sus actualizaciones estarán disponibles en formato electrónico en el Portal de la Junta de Andalucía.

3. El Manual de Diseño Gráfico y sus actualizaciones serán de obligada observancia por todas las entidades incluidas en el ámbito de aplicación del presente Decreto.

4. La utilización de logotipos o símbolos y, en general, de cualquier otro elemento de identificación gráfica, así como las adaptaciones o desarrollos de aplicaciones específicas no contempladas en el Manual de Diseño Gráfico, requerirán autorización previa del Centro Directivo competente en materia de comunicación social. En el caso de que dichas acciones conlleven gasto, se tramitarán conforme al artículo 7 de este Decreto.

5. Excepcionalmente y por motivos debidamente justificados, la Consejería competente en materia de comunicación institucional podrá autorizar o denegar, por razones de interés público, la utilización de los elementos gráficos definidos en el Manual de Diseño Gráfico, previa solicitud por otras entidades y personas, públicas o privadas, distintas de las incluidas en el artículo 3.

Mediante Orden de la Consejería competente en materia de comunicación institucional se concretará y desarrollará el procedimiento al que se refiere este apartado.

6. Las adaptaciones y actualizaciones del Manual de Diseño Gráfico que no supongan cambios sustanciales, serán aprobadas mediante Orden de la Consejería competente en materia de comunicación institucional, previo informe de la Comisión Interdepartamental de Comunicación y Publicidad Institucional.

**Artículo 5. Guía de uso y estilo para la coordinación de la Comunicación Institucional de la Administración de la Junta de Andalucía en nuevas tecnologías.**

1. La Consejería competente en materia de comunicación institucional elaborará una Guía de uso y estilo para la coordinación de la comunicación institucional y la identidad corporativa de la Administración de la Junta de Andalucía en páginas, perfiles y canales en redes sociales, páginas y sitios web, aplicaciones en equipos móviles y pie de firma en el correo electrónico.

2. En esta Guía se definirá la identidad corporativa, fundamentada en el Manual de Diseño Gráfico de la Administración de la Junta de Andalucía, que deberá observar los diseños de soportes y formatos de medios en nuevas tecnologías y recogerá el estilo y las normas de uso a seguir en la gestión de contenidos. También establecerá el protocolo de altas y bajas de perfiles y dominios a través de la coordinación del Centro Directivo competente en materia de comunicación social.

3. La mencionada Guía, aprobada por Orden de la persona titular de la Consejería competente en materia de comunicación institucional, previo informe de la Comisión Interdepartamental de Comunicación y Publicidad Institucional, pasará a formar parte del Manual de Diseño Gráfico y será de obligado cumplimiento.

**Artículo 6. Respeto al Himno y el Escudo Oficial de Andalucía.**

En la utilización y adecuación al Manual de Diseño Gráfico se respetará siempre lo previsto en el artículo 3 de la Ley 3/1982, de 21 de diciembre, sobre el Himno y el Escudo de Andalucía, y en el Decreto 126/1985, de 12 de junio, por el que se regula el logotipo de reproducción simplificada del Escudo de Andalucía para uso oficial.

**CAPÍTULO III****DE LOS INFORMES DE LAS ACCIONES DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL  
Y DE IDENTIDAD CORPORATIVA**

Artículo 7. Informe preceptivo y vinculante en acciones de comunicación institucional.

Conforme a lo dispuesto en el primer párrafo del artículo 33 de la Ley 1/2015, de 21 de diciembre, del Presupuesto de la Comunidad Autónoma de Andalucía para el año 2016, cualquier acción de comunicación institucional que conlleve gasto y se pretenda realizar por alguno de los órganos o entidades incluidas en el ámbito de aplicación del Decreto requerirá, con carácter previo al inicio del expediente de contratación, el informe preceptivo y vinculante del Centro Directivo competente en materia de comunicación social sobre la procedencia de la misma, conforme a los modelos homogéneos y procesos simplificados que se establezcan reglamentariamente.

Artículo 8. Informe de adecuación en acciones de comunicación institucional.

De conformidad con lo dispuesto en el párrafo segundo del citado artículo 33 de la Ley 1/2015, de 21 de diciembre, una vez sea adjudicado y perfeccionado el contrato y con carácter previo a la ejecución de la acción de comunicación institucional, deberán remitirse las piezas creativas junto con el plan de medios al Centro Directivo competente en materia de comunicación social para que éste emita un informe de confirmación de adecuación a la estrategia global de comunicación de la Administración de la Junta de Andalucía, todo ello referido al respeto de la identidad corporativa, uso de lenguaje e imágenes no sexistas y accesibilidad a la comunicación institucional, y, en su caso, a los principios recogidos en la Ley 6/2005, de 8 de abril.

Artículo 9. Plazo de evacuación de los informes.

1. El Centro Directivo competente en materia de comunicación social emitirá los informes contemplados en los artículos 7 y 8 en el plazo de 10 días desde la entrada de la solicitud en el registro de la Consejería competente en materia de comunicación institucional. En caso de urgencia, que deberá ser motivada, dicho plazo se reducirá a 5 días.

2. La falta de evacuación del informe previsto en el artículo 7 en el plazo contemplado en el apartado anterior, determinará el sentido desfavorable del mismo.

**CAPÍTULO IV****DEL ASESORAMIENTO EN EXPEDIENTES DE CONTRATACIÓN**

Artículo 10. Asesoramiento en expedientes de contratación.

1. Cuando las características de la acción de comunicación así lo requieran, el Centro Directivo competente en materia de comunicación social podrá facilitar asistencia técnica, si así lo solicitasen, a las mesas de contratación en relación con la adecuación a la estrategia global de comunicación de la Administración de la Junta de Andalucía en cuanto a identidad corporativa, uso de lenguaje e imágenes no sexistas y accesibilidad a la comunicación institucional, y a los criterios contenidos en el artículo 5 de la Ley 6/2005, de 8 de abril.

2. Igualmente, si así se considerase por el órgano de contratación, podrá solicitar su asesoramiento sobre los pliegos de prescripciones técnicas y de cláusulas administrativas particulares para las acciones de comunicación institucional que se pretendan desarrollar.

**CAPÍTULO V****DE LA COMISIÓN INTERDEPARTAMENTAL DE COMUNICACIÓN Y PUBLICIDAD INSTITUCIONAL DE LA ADMINISTRACIÓN DE LA JUNTA DE ANDALUCÍA****Artículo 11. Naturaleza y funciones.**

1. Se crea la Comisión Interdepartamental de Comunicación y Publicidad institucional, como órgano colegiado de los previstos en el artículo 31 de la Ley 9/2007, de 22 de octubre, adscrito a la Consejería competente en materia de comunicación institucional, y cuya finalidad es la colaboración en la planificación, asesoramiento, evaluación, coordinación y seguimiento de las actividades de publicidad y de comunicación de órganos y entidades incluidas en el artículo 3.

2. Corresponderán a la Comisión, además de las previstas en el artículo 31.2 de la Ley 9/2007, de 22 de octubre, las siguientes funciones:

a) Informar las disposiciones de carácter general que afecten a la publicidad y comunicación institucional.

b) Colaborar con el Centro Directivo competente en materia de comunicación social en la coordinación, impulso y establecimiento de criterios para la política de comunicación institucional.

c) Colaborar con el Centro Directivo competente en materia de comunicación social en velar por la mayor y mejor difusión de los mensajes y un óptimo aprovechamiento de los recursos públicos.

d) Participar en la elaboración de la Estrategia Anual de Comunicación Institucional de la Administración de la Junta de Andalucía, efectuando cuantas sugerencias y propuestas estime pertinentes.

e) Participar en la elaboración del Informe anual de evaluación de la Estrategia Anual de Comunicación Institucional de la Administración de la Junta de Andalucía, efectuando cuantas sugerencias y propuestas estime pertinentes.

f) Formular propuestas en temas relativos a su ámbito de competencia.

g) Participar en la coordinación de todas las publicaciones de la Administración de la Junta de Andalucía.

**Artículo 12. Composición.**

1. La Comisión estará compuesta por los siguientes miembros:

a) La persona titular de la Viceconsejería de la Consejería competente en materia de comunicación institucional, que la presidirá. En caso de vacante, ausencia, enfermedad u otra causa legal, será sustituida por la persona titular de la Vicepresidencia de la Comisión.

b) La persona titular del Centro Directivo competente en materia de comunicación social, que ocupará la Vicepresidencia de la Comisión.

c) Las personas titulares de las Secretarías Generales Técnicas de cada una de las Consejerías, que actuarán como vocales de la Comisión.

d) Una persona titular de un puesto con rango de Jefatura de Servicio adscrita al Centro Directivo competente en materia de comunicación social y designada por éste, ocupará la Secretaría, con voz pero sin voto. En su ausencia se designará otra persona por la Presidencia de la Comisión, con la misma cualificación y requisitos que su titular.

2. Las personas titulares de la Vicepresidencia y vocalías serán sustituidas, en caso de vacante, ausencia, enfermedad u otra causa legal, por titulares de centros directivos de su respectiva Consejería con rango mínimo de Director General.

**Artículo 13. Funcionamiento.**

1. Sin perjuicio de las peculiaridades previstas en este Decreto, el funcionamiento de la Comisión se ajustará a lo establecido en el Capítulo II del Título IV de la Ley 9/2007,

de 22 de octubre, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 31.4 de la precitada Ley, así como a la Sección 3.ª del Capítulo II del Título Preliminar de la Ley 40/2015, de 1 de octubre, de Régimen Jurídico del Sector Público, en lo que resulte de aplicación.

2. Las sesiones podrán celebrarse mediante la asistencia de sus miembros utilizando redes de comunicación a distancia, para lo que deberán establecerse las medidas adecuadas que garanticen la identidad de las personas comunicantes y la autenticidad de la información entre ellas transmitida.

3. La Comisión, convocada por la Presidencia, se reunirá, al menos, una vez al año. Podrá igualmente ser convocada cuantas veces sea necesario para resolver asuntos de su competencia de manera extraordinaria a petición de la Presidencia, Vicepresidencia o de cualquiera de las vocalías.

4. La Presidencia de la Comisión, para el ejercicio de las competencias que corresponden a esta Comisión y cuando la naturaleza de los asuntos a tratar así requiera, podrá recabar el asesoramiento, informe y colaboración de las personas responsables de comunicación de cada una de las Consejerías.

5. La Comisión podrá constituir grupos de trabajo para cometidos específicos, con la composición y funciones que la propia Comisión determine.

6. Las personas integrantes de la Comisión no percibirán retribución alguna por el ejercicio de sus funciones.

7. El Centro Directivo competente en materia de comunicación social prestará el apoyo administrativo y de gestión necesario para el funcionamiento de dicho órgano colegiado.

## CAPÍTULO VI

### DE LA ESTRATEGIA ANUAL DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL DE LA ADMINISTRACIÓN DE LA JUNTA DE ANDALUCÍA

Artículo 14. Procedimiento de elaboración.

1. Para garantizar la máxima eficacia en la gestión de la comunicación institucional, se procederá a elaborar anualmente una Estrategia Anual de Comunicación Institucional que contemple la planificación de las campañas y acciones de comunicación institucionales a desarrollar por la Administración de la Junta de Andalucía, cuyo presupuesto base de licitación supere la cantidad de 3.005,06 euros impuestos incluidos.

2. La Estrategia comprenderá las actuaciones de los órganos y entidades contemplados en el artículo 3.

3. A tal efecto, cada una de las Consejerías de la Administración de la Junta de Andalucía, a través de su Secretaría General Técnica, remitirá al Centro Directivo competente en materia de comunicación social, antes del 15 de noviembre de cada año natural, la planificación de todas las campañas y acciones de comunicación institucionales que tengan previsto desarrollar durante el año siguiente, incluidas sus entidades instrumentales y consorcios adscritos.

En el caso de las entidades de la disposición adicional segunda de la Ley 9/2007, de 22 de octubre, la comunicación se realizará a través de su Secretaría General.

4. Con el fin de valorar su idoneidad y garantizar un calendario coherente de ejecución, en relación con cada acción de comunicación prevista deberá facilitarse la siguiente información:

- a) Objetivo de la acción de comunicación.
- b) Coste previsible impuestos excluidos. Caso de ser plurianual, distribución del coste por anualidad.
- c) Naturaleza del gasto (corriente, inversión).
- d) Período de ejecución.
- e) Medios y soportes.
- f) Público objetivo de los mensajes.

- g) Organismos y entidades promotoras.
  - h) Medidas adoptadas para garantizar la accesibilidad de las personas mayores y personas con discapacidad y de enfoque integrado de género o con perspectiva de género.
5. A partir de la información facilitada, el Centro Directivo competente en materia de comunicación social elaborará anualmente el borrador de la Estrategia Anual de Comunicación Institucional, el cual será elevado a la Comisión Interdepartamental de Comunicación y Publicidad Institucional a fin de que formule las observaciones y sugerencias que estime oportunas.
6. El Centro Directivo competente en materia de comunicación social aprobará la Estrategia Anual de Comunicación Institucional antes del 31 de diciembre del año anterior a su ejecución.
7. La aprobación anual de la correspondiente Estrategia Anual de Comunicación Institucional de la Administración de la Junta de Andalucía, no eximirá de la solicitud de los informes previstos para cada una de las acciones recogidas en él, con independencia del informe o informes necesarios en materia de ejecución del gasto público en la Administración de la Junta de Andalucía.
8. Excepcionalmente, y cuando por motivos puntuales debidamente justificados deban realizarse acciones de comunicación no previstas en la Estrategia Anual de Comunicación Institucional ni comunicadas al inicio de cada trimestre según lo previsto en el artículo 16.1 del presente Decreto, la entidad que promueva o contrate la acción lo comunicará igualmente al Centro Directivo competente en materia de comunicación social. Estas acciones de comunicación no previstas se sujetarán a los informes regulados en los artículos 7 y 8 de este Decreto.

**Artículo 15. Informe anual de evaluación de la Estrategia Anual de Comunicación Institucional.**

1. El Centro Directivo competente en materia de comunicación social aprobará cada año un informe de evaluación de cada Estrategia Anual, una vez finalizado su plazo de eficacia, con el siguiente contenido mínimo:

- a) Ámbito subjetivo.
- b) Grado de cumplimiento de la Estrategia inicialmente aprobada.
- c) Acciones finalmente realizadas.
- d) Desviaciones acaecidas.
- e) Gasto finalmente pagado.
- f) Importe y personas adjudicatarias de los contratos celebrados.
- g) Desglose de inversión por medios y soportes.
- h) Medidas adoptadas para garantizar la accesibilidad de las personas mayores y personas con discapacidad y de enfoque integrado de género o con perspectiva de género, desagregando por sexo, en este último caso, si fuere posible, la información que se facilite.
- i) Propuestas de mejoras.

2. La recogida de datos e información será cuatrimestral. Para ello, cada una de las Consejerías, a través de su Secretaría General Técnica, deberá remitir al Centro Directivo competente en materia de comunicación social, dentro de los veinte primeros días de cada trimestre, la información recogida en el apartado 1 de este artículo, referida al trimestre anterior, incluyendo la información de sus entidades instrumentales y consorcios de adscripción.

En el caso de las entidades de la disposición adicional segunda de la Ley 9/2007, de 22 de octubre, la comunicación se realizará a través de su Secretaría General.

3. Con la remisión de dicha información se entenderá cumplida la obligación prevista en el artículo 4.4 del Decreto 29/2006, de 7 de febrero, por el que se desarrollan medidas

de transparencia previstas en la Ley 6/2005, de 8 de abril, reguladora de la Actividad Publicitaria de las Administraciones Públicas de Andalucía.

4. Una vez obtenida la información total del año anterior, por el citado Centro Directivo competente en materia de comunicación social se procederá a emitir en el mes de febrero un borrador del informe de evaluación, del que se dará traslado a la Comisión Interdepartamental de Comunicación y Publicidad Institucional a fin de que formule las correspondientes observaciones y sugerencias. Analizadas las mismas, será aprobado el informe por el Centro Directivo competente en materia de comunicación social en el mes de marzo.

5. Tras la aprobación del informe de evaluación, se dará traslado del mismo a través de la Consejería competente en materia de comunicación institucional, y para su conocimiento, al Consejo de Gobierno y al Parlamento de Andalucía dentro del primer período de sesiones de cada año. Asimismo, será publicado en el Portal de la Junta de Andalucía.

Artículo 16. Modificaciones y acciones de comunicación no incluidas en la Estrategia Anual de Comunicación.

1. Dentro de los veinte primeros días de cada cuatrimestre, cada una de las Consejerías de la Administración de la Junta de Andalucía, a través de su Secretaría General Técnica, deberá comunicar, al Centro Directivo competente en materia de comunicación social, las modificaciones que se pretendan realizar en las acciones de comunicación aprobadas para dicho período, incluyendo las modificaciones de sus entidades y consorcios de adscripción.

En el caso de las entidades de la disposición adicional segunda de la Ley 9/2007, de 22 de octubre, la comunicación se realizará a través de su Secretaría General.

2. En casos de urgente necesidad se aplicará lo previsto en el artículo 14.8 de este Decreto.

3. El Centro Directivo competente en materia de comunicación social dará cuenta a la Comisión Interdepartamental de Comunicación y Publicidad Institucional de las modificaciones remitidas por las Consejerías una vez transcurridos los veinte primeros días de cada cuatrimestre.

Disposición adicional primera. Referencias a la Comisión Interdepartamental para la coordinación de la información y divulgación de la acción institucional.

Las referencias a la Comisión Interdepartamental para la coordinación de la información y divulgación de la acción institucional que se contemplen en normas y demás disposiciones de desarrollo, deberán entenderse realizadas a la Comisión Interdepartamental de Comunicación y Publicidad institucional.

Disposición adicional segunda. Entidades de la disposición adicional segunda de la Ley 9/2007, de 22 de octubre, vinculadas a la Administración de la Junta de Andalucía.

Las entidades de la disposición adicional segunda de la Ley 9/2007, de 22 de octubre, vinculadas a la Administración de la Junta de Andalucía, se regirán por su normativa específica y supletoriamente por lo dispuesto en el presente Decreto, excepto en todo lo relativo a la identidad corporativa y elaboración de la Estrategia Anual de Comunicación Institucional que será de obligado cumplimiento.

Disposición transitoria única. Manual de Diseño Gráfico de la identidad corporativa de la Junta de Andalucía.

1. Se mantiene vigente el Manual de Diseño Gráfico recogido en el Decreto 245/1997, de 15 de octubre, por el que se aprueba el Manual de Diseño Gráfico para su utilización por el Gobierno y Administración de la Junta de Andalucía, hasta que se apruebe uno nuevo mediante Decreto.

2. Dicho Manual y sus actualizaciones resultarán de obligado cumplimiento por todas las entidades incluidas en su ámbito de aplicación.

Disposición derogatoria única. Derogación normativa.

1. Quedan derogadas cuantas disposiciones se opongan a lo dispuesto en este Decreto y, expresamente:

- Decreto 35/1991, de 12 de febrero, sobre coordinación de la información y divulgación de la Acción Institucional.

- Decreto 245/1997, de 15 de octubre, por el que se aprueba el Manual de Diseño Gráfico para su utilización por el Gobierno y Administración de la Junta de Andalucía.

- Decreto 126/2002, de 17 de abril, por el que se aprueba la adaptación y actualizaciones del Manual de Diseño Gráfico, aprobado por Decreto 245/1997, de 15 de octubre, para su utilización por el Gobierno y Administración de la Junta de Andalucía.

- Orden de 22 de julio de 2002, por la que se desarrolla el Decreto 126/2002, de 17 de abril, por el que se aprueba la adaptación y actualizaciones del Manual de Diseño Gráfico de la Junta de Andalucía.

- Decreto 461/2004, de 27 de julio, sobre coordinación de la Comunicación Corporativa de la Administración de la Junta de Andalucía.

- Decreto 149/2007, de 15 de mayo, por el que se modifican los Decretos 245/1997, de 15 de octubre, por el que se aprueba el Manual de Diseño Gráfico para su utilización por el Gobierno y Administración de la Junta de Andalucía, 126/2002, de 17 de abril, y 461/2004, de 27 de julio, sobre coordinación de la Comunicación Corporativa de la Administración de la Junta de Andalucía.

- Acuerdo de 23 de septiembre de 2008, del Consejo de Gobierno, por el que se establece el procedimiento de elaboración y aprobación del Plan Anual de Comunicación Institucional de la Administración de la Junta de Andalucía y sus Entidades Instrumentales.

2. Queda vigente la Orden de 30 de abril de 1998, por la que se aprueba el Manual de Señalización Corporativa para su utilización por el Gobierno y Administración de la Junta de Andalucía, aprobada su adaptación y actualización mediante Orden de 3 de septiembre de 2007, en todo aquello que no se oponga a este Decreto.

Disposición final primera. Ejecución y desarrollo.

Se faculta a la persona titular de la Consejería competente en materia de comunicación institucional para dictar las disposiciones y actos que sean necesarios para la ejecución y desarrollo de este Decreto.

Disposición final segunda. Entrada en vigor.

El presente Decreto entrará en vigor el día siguiente al de su publicación en el Boletín Oficial de la Junta de Andalucía.

Sevilla, 27 de junio de 2017

SUSANA DÍAZ PACHECO  
Presidenta de la Junta de Andalucía

MANUEL JIMÉNEZ BARRIOS  
Vicepresidente de la Junta de Andalucía  
y Consejero de la Presidencia,  
Administración Local y Memoria Democrática